

**PROPUESTA PARA EL CENTRO DE INFORMACIÓN DE MARCAS
PRELIMINAR – ~~MAYO-NOVIEMBRE~~ DE 2010**

~~7. INTRODUCCIÓN~~

~~La propuesta para la creación del Centro de Información de Marcas estaba entre las posibles soluciones para la protección de marcas en los nuevos Dominios Genéricos de Alto Nivel (gTLD). Ha sido desarrollada a través de consultas de la comunidad, incluyendo las recomendaciones del Equipo de Recomendación para la Implementación (IRT) (véase <http://icann.org/en/topics/new-gtlds/irt-final-report-trademark-protection-29may09-en.pdf>) y otras, así como la información obtenida en los foros en línea y reuniones públicas. (La conformación del Equipo de Recomendación para la Implementación —IRT— se realizó para ayudar a identificar y proponer Mecanismos de Protección de Derechos —RPMs— para los titulares de marcas, dentro del Programa de los Nuevos Dominios Genéricos de Alto Nivel —gTLD—; <http://www.icann.org/en/minutes/resolutions-06mar09.htm#07>).~~

~~Luego de recibidas las recomendaciones del Equipo de Recomendación para la Implementación (IRT) en relación al Centro de Información de Marcas propuesto, y luego de la considerable cantidad de consultas sobre esta propuesta y la retroalimentación recibida por parte de la comunidad más amplia, se elaboró una propuesta revisada para el Centro de Información de Marcas.~~

~~Debido a que las directrices de la política original de la Organización de Apoyo para Nombres Genéricos (GNSO) eran de carácter muy general, la Junta Directiva proporcionó al consejo de la Organización de Apoyo para Nombres Genéricos (GNSO) la oportunidad de brindar un aporte sobre el mecanismo de protección de marcas del Centro de Información de Marcas. La Organización de Apoyo para Nombres Genéricos (GNSO) tomó prontamente acciones sobre esta tarea y estableció el Equipo de Revisión sobre Cuestiones Especiales de Marcas (“STI”) para examinar la propuesta y ofrecer su aporte, sobre la cual la Organización de Apoyo para Nombres Genéricos (GNSO) podría alcanzar el consenso.~~

~~Pese a que el Equipo de Revisión sobre Cuestiones Especiales de Marcas (STI) no pudo alcanzar un consenso unánime sobre todos los detalles específicos, sí alcanzó el consenso sobre muchos aspectos, así como un amplio consenso sobre muchos otros. La Organización de Apoyo para Nombres Genéricos (GNSO) aprobó por unanimidad el concepto de un Centro de Información de Marcas, así como el Modelo que fue elaborado por el Equipo de Revisión sobre Cuestiones Especiales de Marcas (STI) de la Organización de Apoyo para Nombres Genéricos (GNSO) (véase <http://www.icann.org/en/announcements/announcement-2-17dec09-en.htm>).~~

~~La siguiente propuesta preliminar del Centro de Información de Marcas está basada en la propuesta publicada en el mes de febrero de 2010. Esa versión anterior reflejaba las recomendaciones del Modelo del Equipo de Revisión sobre Cuestiones Especiales de Marcas (STI) de la Organización de Apoyo para Nombres Genéricos (GNSO). Esta versión de propuesta preliminar incorpora cambios basados en los comentarios que han sido presentados durante el período para la recepción de comentarios públicos más reciente, el cual cerró el día 1 de abril de 2010. En búsqueda del equilibrio entre los comentarios competentes, no todas las revisiones sugeridas han sido o podrían haber sido adoptadas, puesto que a menudo reflejaron opiniones opuestas y muchos de esos puntos de vista han sido considerados en el~~

~~Equipo de Recomendación para la Implementación (IRT) y el Modelo del Equipo de Revisión sobre Cuestiones Especiales de Marcas (STI).~~

~~En forma adicional a las revisiones que se presentan a continuación por favor refiérase al resumen y análisis de comentarios, realizado en respuesta a los comentarios públicos recibidos acerca de la propuesta del Centro de Información de Marcas, el cual fue presentado en la Reunión Pública Internacional de Nairobi.~~

~~2. TRATAMIENTO DE MARCAS~~

~~El propósito principal para la creación del Centro de Información de Marcas es el tratamiento de las registraciones de marcas durante los servicios de Período de Lanzamiento *Sunrise* o Reclamo de Marcas *Trademark Claims*. Hubo una cantidad significativa de comentarios que mostraron preocupación respecto a la discreción del Centro de Información para reconocer las registraciones de marcas de los países que no realizan un examen substantivo de las mismas. La Unidad Constitutiva de Propiedad Intelectual (IPC) presentó una Declaración Minoritaria sobre esta cuestión y comentarios significativamente opuestos fueron presentados por una variedad de otras partes, incluyendo asociaciones de titulares de marcas registradas y varios titulares de marcas de gran envergadura. Se buscó el acuerdo.~~

~~En el Modelo del Equipo de Revisión sobre Cuestiones Especiales de Marcas (STI) de la Organización de Apoyo para Nombres Genéricos (GNSO), la exclusión de las marcas que no han sido objeto de una evaluación substantiva permitía a los registros tratar a las marcas registradas de manera diferente, dependiendo del lugar donde fueron registradas. El enfoque sugerido en el mes de febrero de 2010 fue el asegurar que las marcas registradas tanto a nivel nacional como multinacional puedan ser elegibles para los servicios de Período de Lanzamiento y Reclamo de Marca. La propuesta recomendó la disponibilidad de procesos adicionales de validación de marcas, para los países que no realizan una evaluación substantiva de las mismas. Es decir, dicha validación confirmaría que esas marcas han sido utilizadas en relación con los productos y servicios aplicables para los cuales fueron registradas.~~

~~Se recibieron comentarios significativos adicionales respecto a la propuesta del mes de febrero de 2010. Nuevamente, no se ha sugerido un enfoque uniforme y se necesita obtener un acuerdo.~~

~~Esta propuesta del Centro de Información de Marcas cuenta con los siguientes requisitos:~~

- ~~A. Para servicios de Reclamo de Marcas: Los registros deben reconocer que todas las marcas de texto han sido o están (i) registradas a nivel nacional o multinacional (independientemente de si el país de registración realizó un examen de fondo); (ii) validadas por tribunal de justicia; o (iii) protegidas por un estatuto o tratado actualmente vigente y que haya entrado en vigor en o antes del 26 de junio de 2008.~~
- ~~B. Para servicios del Período de Lanzamiento: los registros deben reconocer que todas las marcas de texto han sido o están (i) registradas a nivel nacional o multinacional en una jurisdicción que realice una evaluación substantiva de las solicitudes de marcas en forma previa a la registración; o (ii) validadas por tribunal de justicia o por el Centro de Información de Marcas; o protegidas por un estatuto o tratado actualmente vigente y que haya entrado en vigor en o antes del 26 de junio de 2008.~~

~~Esta propuesta es un intento de abordar el objetivo del Modelo del Equipo de Revisión sobre~~

~~Cuestiones Especiales de Marcas (STI) de la Organización de Apoyo para Nombres Genéricos (GNSO), así como las preocupaciones de aquellos preocupados respecto a que las marcas de los países que no cuentan con una evaluación a fondo puedan simplemente quedar excluidas por parte de los registros para los servicios de Período de Lanzamiento y Reclamo de Marcas que se brindan antes del lanzamiento. Como siempre, se solicita el aporte de la comunidad sobre este acuerdo, así como cualquier otra sugerencia para hacer frente a estas inquietudes.~~

8.7. **PROPÓSITO DEL CENTRO DE INFORMACIÓN DE MARCAS**

Formatted: Font: Calibri, 11 pt, Bold

Formatted: Indent: Left: 0 pt, First line: 0 pt, Space After: 0 pt

- 1.1 El Centro de Información de Marcas es un repositorio central para almacenar, validar y difundir información relativa a los derechos de los titulares de marcas. Como tal, la Corporación para la Asignación de Números y Nombres en Internet (ICANN) contratará un prestador o prestadores de servicios, adjudicando el derecho de servir como Proveedor de Servicios del Centro de Información de Marcas, es decir, para aceptar, validar y facilitar la transmisión de información relativa a ciertas marcas registradas. Esta entidad o entidades tendrán una relación “disociada” de la Corporación para la Asignación de Números y Nombres en Internet (ICANN). La Corporación para la Asignación de Números y Nombres en Internet (ICANN) no realizará estas tareas.
- 1.2 Se solicitará que el Centro de Información de Marcas separe sus dos funciones principales: (i) la autenticación o validación de las marcas incluidas en el Centro de Información y (ii) servir como una base de datos para proporcionar información a los registros de nuevos Dominios Genéricos de Alto Nivel (gTLD) para respaldar los Servicios de Período de Lanzamiento y Reclamo de Marcas que se brindan antes del lanzamiento. El hecho de si el mismo proveedor podría prestar servicio de ambas funciones o bien si resultaría más apropiado contar con dos proveedores será determinado en el proceso propuesto.
- 1.3 Se solicitará al Proveedor de Servicios del Centro de Información de Marcas que mantenga una base de datos independiente del Centro de Información de Marcas y no podría almacenar en la base de datos del Centro de Información ningún dato que estuviese relacionado con su prestación de servicios auxiliares, si los hubiese.
- 1.4 El Registro sólo se conectará con una base de datos centralizada para obtener la información que necesita para realizar sus Servicios de Período de Lanzamiento o Reclamo de Marcas, independientemente de los detalles del contrato(s) existente entre el Proveedor de Servicios del Centro de Información de Marcas y la Corporación para la Asignación de Números y Nombres en Internet (ICANN).
- 1.5 El Proveedor de Servicios del Centro de Información de Marcas puede prestar servicios auxiliares, siempre y cuando dichos servicios y cualquier dato utilizados para estos servicios se mantengan separados de la base de datos del Centro de Información.
- 1.6 El Centro de Información de Marcas será simplemente un repositorio de información validada y un difusor de la información a una cantidad limitada de beneficiarios. Sus funciones serán realizadas de

conformidad con un estatuto limitado y no tendrá ninguna facultad discrecional además de aquellas establecidas en el estatuto con respecto a la autenticación y validación. El administrador(es) del Centro de Información de Marcas no puede crear políticas. Antes de realizarse cambios en las funciones del Centro de Información de Marcas, los mismos serán evaluados mediante el modelo de participación pública de la Corporación para la Asignación de Números y Nombres en Internet (ICANN).

1.7 La inclusión en el Centro de Información de Marcas no constituye prueba de ningún derecho, ni crea ningún derecho legal sobre la marca. La falta de registro de una marca en el Centro de Información de Marcas no será percibida como falta de vigilancia por parte de los titulares de marcas registradas ni como una renuncia a ningún derecho, ni tampoco ninguna influencia negativa derivará de ello.

9.8. PROVEEDOR(ES) DE SERVICIO

2.1 La selección del Proveedor(es) de Servicio del Centro de Información de Marcas estará sujeta a criterios predeterminados, aunque las consideraciones de mayor peso deben ser la capacidad de almacenar, autenticar, validar y difundir los datos al más alto nivel de estabilidad técnica y de seguridad, sin que haya interferencia con la integridad o la puntualidad del proceso de registración o de las operaciones del registro.

2.2.4.1 Funciones: Autenticación/Validación; Administración de Base de Datos. Los comentarios públicos han sugerido que la mejor manera de proteger la integridad de los datos y de evitar preocupaciones que se plantearan respecto a una única fuente proveedora de servicios, sería la de separar las funciones de administración de la base de datos y de autenticación/validación de datos.

Formatted: Indent: First line: 0 pt

42.1.1 Una entidad autenticará las registraciones, asegurando que califican como marcas de palabra registradas, o son marcas de palabra validadas por tribunal de justicia o marcas de palabra que están protegidas por estatuto o tratado. También se solicitará a esta entidad que valide las marcas que provienen de jurisdicciones que no realizan evaluaciones substantivas antes de otorgar la registración.

42.1.2 La segunda entidad mantendrá la base de datos y proveerá los Servicios de Período de Lanzamiento y Reclamo de Marcas (debajo descriptos).

2.3 Se utilizará el criterio para establecer un balance entre la efectividad, seguridad y otros factores importantes, al determinar si la Corporación para la Asignación de Números y Nombres en Internet (ICANN) celebrará contrato con una o con dos entidades: una para autenticar y validar, y otra para administrar, a fin de preservar la integridad de los datos.

4.22.4-Relación Contractual.

2.4.1 El Centro de Información de Marcas ~~debe estar~~ estará separado y ser independiente de la Corporación para la Asignación de Números y Nombres en Internet (ICANN). ~~Debe funcionar~~ Funcionará sobre la base de las necesidades del mercado y cobrar las tarifas correspondientes a aquellos que utilicen sus servicios. La Corporación para la Asignación de Números y Nombres en Internet (ICANN) puede coordinar o especificar las interfaces utilizadas por los registros y registradores, y proporcionar una cierta función de supervisión o aseguramiento de la calidad para garantizar que los objetivos de protección de derechos sean cumplidos adecuadamente.

2.4.2 Los proveedores del servicio del Centro de Información de Marcas (autenticador/validador y administrador) serán seleccionados mediante un proceso abierto y transparente para asegurar bajos costos y un servicio confiable y consistente para todos quienes utilicen sus servicios.

2.4.3 El Proveedor(es) de Servicios que proporcione la autenticación de las marcas presentadas en el Centro de Información se adherirá a rigurosas normas y requisitos que se especificarán en un acuerdo contractual con la Corporación para la Asignación de Números y Nombres en Internet (ICANN). ~~El modelo sugerido que se sugiera para esta relación contractual será similar al detallado Acuerdo de Acreditación de Registradores, en lugar de similar a la práctica de aprobación vigente adoptada por la Corporación para la Asignación de Números y Nombres en Internet (ICANN) para los proveedores de la Política Uniforme de Disputa y Resolución de Conflictos de Nombres de Dominio (UDRP).~~

2.4.4 El contrato deberá incluir requisitos para el nivel de servicio, disponibilidad del servicio al cliente (con el objetivo de siete días por semana, 24 horas al día, 365 días al año), requisitos de custodia de datos y requisitos de igualdad de acceso para todas las personas y entidades a quienes se les requiera acceder a la base de datos del Centro de Información de Marcas.

2.4.5 En la medida de lo posible, el contrato también debe incluir una indemnización por parte de Proveedor de Servicios ante errores tales como falsos positivos otorgados a participantes como Registros, la Corporación para la Asignación de Números y Nombres en Internet (ICANN), Registrantes y Registradores.

2.5 Requisitos del Proveedor de Servicio. El Proveedor(es) de Servicios del Centro de Información de Marcas debe utilizar proveedores regionales de servicios de autenticación de marcas (ya sea directamente o a través de subcontratistas) para tomar ventaja de expertos locales, quienes conocen los matices de las marcas en cuestión. Ejemplos de criterios de desempeño específicos del contrato para la adjudicación de servicios y establecimiento del nivel de dichos servicios, son:

- 2.5.1 ofrecer accesibilidad las veinticuatro (24) horas, los siete (7) días de la semana (administrador de base de datos);
- 2.5.2 utilizar sistemas que sean técnicamente fiables y seguros (administrador de base de datos);

Formatted: Indent: First line: 35.45 pt

- 2.5.3 utilizar sistemas mundialmente accesibles y ampliables, de manera que múltiples marcas de múltiples fuentes en múltiples idiomas puedan tener cabida y ser catalogadas en forma efectiva (administrador de base de datos y validador);
- 2.5.4 aceptar presentaciones de todo el mundo: el punto de entrada para que los titulares de marcas presenten sus datos en la base de datos del Centro de Información podrían ser entidades regionales o una entidad;
- 2.5.5 permitir múltiples idiomas, con detalles de implementación precisos a ser determinados;
- 2.5.6 brindar acceso a los Registrantes para verificar e investigar los Anuncios de Reclamo de Marcas;
- 2.5.7 contar con experiencia relevante en la administración de bases de datos o validación, así como accesibilidad y conocimiento de las diversas leyes de marcas pertinentes (administrador de base de datos y el validador); y
- 2.5.8 garantizar a través de requisitos de desempeño, incluidos aquellos que impliquen la interfaz con los registros y registradores, que ni las operaciones del registro ni las operaciones del registrador se verán obstaculizadas (administrador de base de datos).

~~10.9.~~ CRITERIOS DE INCLUSIÓN DEL CENTRO DE INFORMACIÓN DE MARCAS

3.1 El titular de la marca presentará ante una entidad: una única entidad de entrada facilitará el acceso a toda la base de datos del centro de Información. Si se utilizan puntos de entrada regionales, la Corporación para la Asignación de Números y Nombres en Internet (ICANN) publicará una página web de información que describa cómo localizar los puntos de entrada regionales. Independientemente del punto de entrada al Centro de Información, los procedimientos de autenticación establecidos serán uniformes.

3.2 Las normas propuestas para su inclusión en el Centro de Información son:

- a) 3.2.1 Marcas de ~~texto-palabra~~ registradas a nivel nacional o multinacional de todas las jurisdicciones (incluyendo las procedentes de aquellos países donde no se realiza una evaluación substantiva).
- b) 3.2.2 Toda marca de ~~texto-palabra~~ que ha sido validada a través de un tribunal de justicia u otro procedimiento judicial.
- c) 3.2.3 Toda marca de ~~texto-palabra~~ protegida por un estatuto o tratado actualmente en vigor y que haya entrado en vigor el o antes del día 26 de junio de 2008.

Formatted: Outline numbered + Level: 2 + Numbering Style: 1, 2, 3, ... + Start at: 2 + Alignment: Left + Aligned at: 0 pt + Indent at: 18 pt

Formatted: Outline numbered + Level: 3 + Numbering Style: 1, 2, 3, ... + Start at: 1 + Alignment: Left + Aligned at: 36 pt + Indent at: 72 pt

3.3 ~~Ningún-Ninguna marca de~~ derecho común deberá incluirse en la base de datos del Centro de Información de Marcas, a excepción de aquellas marcas de derecho común validadas por un tribunal o las protegidas por un estatuto o tratado tal como se lo establece en la presente. Ello no impedirá que cualquiera de los registros de Dominio Genérico de Alto Nivel (gTLD) celebre un acuerdo separado, sin la participación de la Corporación para la Asignación de Números y Nombres en Internet (ICANN), con el

Proveedor de Servicios del Centro de Información para recopilar y verificar información de servicios auxiliares, siempre que dicha información se mantenga separada de la base de datos del Centro de Información de Marcas.

3.4 El tipo de datos que respalde una solicitud para una marca de palabra registrada puede incluir una copia del registro de la marca o información pertinente de la propiedad/titularidad, incluyendo el requisito de número(s) de registro, la jurisdicción donde se expidió la correspondiente registración y el nombre del titular del registro de la marca en cuestión.

3.5 Los datos que respalden a una marca de palabra judicialmente validada ~~incluyen~~ deben incluir los documentos del tribunal, debidamente expedidos por el Tribunal de Justicia, que acrediten la validación de una marca de palabra determinada.

3.6 Los datos que respalden aquellas marcas de palabra protegidas por un estatuto o tratado actualmente vigente y que haya entrado en vigor el o antes del día 26 de junio de 2008, deben incluir ~~incluirán~~ una copia de la sección pertinente de tal estatuto o tratado y evidencia de su fecha de entrada en vigor.

Las registraciones que incluyan extensiones de primer nivel como "icann.org" o ".icann", como ~~parte de~~ la marca ~~comercial o de servicio~~ de palabra no serán permitidas en el Centro de Información de Marcas, independientemente de donde se haya realizado la registración de la marca, o donde haya sido de otro modo validada o protegida ~~_como marca registrada_~~ (por ejemplo, si existiese una marca llamada "icann.org" ~~o ".icann.org"~~ no sería una marca que se pudiese incluir ninguna será permitida en la base de datos del Centro de Información de Marcas).

Todos los titulares de marcas que deseen que sus marcas sean incluidas en el Centro de Información de Marcas deberán presentar una declaración, declaración jurada o exposición similar realizada ante un oficial público estableciendo que la información proporcionada es fidedigna y vigente y que no se ha suministrado para un propósito indebido. También se solicitará al titular de la marca avalar que mantendrá actualizada la información proporcionada al Centro de Información de Marcas, de modo que si durante el tiempo que la marca esté incluida en la base de datos del Centro de Información de Marcas la registración de la marca es cancelada o transferida a otra entidad, o en el caso de que el titular de una marca validada por tribunal de justicia o por el Centro de Información abandone el uso de la misma, el titular de la marca tiene la obligación de notificarlo al Centro de Información de Marcas. El faltar a mantener la información actualizada derivará en sanciones. Más aún, se anticipa que habrá un proceso por el cual las registraciones puedan ser eliminadas de la base de datos del Centro de Información de Marcas, si se descubre que las marcas han sido adquiridas por medio de fraude o si los datos son imprecisos.

3.7 Como resguardo adicional, los datos deberán ser renovados periódicamente por cualquier titular de la marca que desee permanecer en el Centro de Información de Marcas. La presentación electrónica facilitará este proceso y minimizará el costo asociado con esta renovación. El motivo de la validación periódica es racionalizar la eficiencia del Centro de Información de Marcas y la información que los

operadores del registro necesitarán procesar, así como limitar las marcas en conflicto a las marcas que están en uso.

64. USO DE LOS DATOS DEL CENTRO DE INFORMACIÓN DE MARCAS

4.1 Todos los titulares de marcas que deseen que sus marcas sean incluidas en el Centro de Información de Marcas, tendrán que dar su consentimiento para el uso de su información por parte de dicho Centro de Información. Sin embargo, dicho consentimiento únicamente se extenderá al uso en relación con el propósito declarado del Centro de Información de Marcas. La razón de establecer tal disposición es actualmente impedir que el Centro de Información de Marcas utilice los datos de alguna otra manera. No debe haber ningún impedimento sobre el Proveedor de Servicios del Centro de Información de Marcas o sobre otros terceros proveedores de servicios para prestar servicios auxiliares sobre una base no exclusiva. ~~Por ejemplo, la información adicional podría consistir en una lista de palabras genéricas o variaciones tipográficas comunes de su marca para ser utilizado en un Servicio de Reclamo de Marcas Post Lanzamiento o en un Servicio de Vigilancia de Marcas.~~

4.2 A fin de no ~~tener~~ crear una ventaja competitiva ~~sobre sus competidores~~, la ~~B~~ base de datos-Datos del Centro de Información de Marcas (así como otros datos pertinentes obtenidos mediante el Centro de Información de Marcas para realizar servicios auxiliares) deberá otorgar autorización a los competidores interesados en prestar servicios auxiliares, en la igualdad de condiciones no discriminatorias y en términos comercialmente razonables. En consecuencia, al titular de la marca registrada se le ofrecerán dos opciones de licencia: (a) una licencia para utilizar sus datos para todas las funciones requeridas del Centro de Información de Marcas, sin el uso permitido de tales datos para los servicios auxiliares —ya sean brindados por el Proveedor de Servicios del Centro de Información de Marcas o por cualquier otra entidad—; o (b) la licencia para utilizar sus datos para los elementos obligatorios del Centro de Información de Marcas y para cualquier uso auxiliar y razonable relacionado con la protección de las marcas en los nuevos Dominios Genéricos de Alto Nivel (gTLD), los cuales incluirían una licencia para permitir que el Centro de Información autorice el uso y los datos del Centro de Información de Marcas a los competidores que también ofrezcan servicios auxiliares. Los detalles específicos de la implementación aún han de ser determinados y todos los términos y condiciones relacionados con la prestación de tales servicios serán incluidos en el contrato celebrado entre el Proveedor de Servicios del Centro de Información de Marcas y la Corporación para la Asignación de Números y Nombres en Internet (ICANN) y estarán sujetos a la revisión por parte de ésta última.

Formatted: Font: Bold

4.3 Si el Proveedor de Servicios del Centro de Información de Marcas presta servicios auxiliares, cualquier información debe ser almacenada en una base de datos independiente. El acceso por parte del Registrante para verificar e investigar los Anuncios de Reclamo de Marcas no se considerará un servicio auxiliar y se proporcionará sin costo alguno para el Registrante. El uso indebido de los datos por parte de los proveedores de servicios constituirá motivo suficiente para la inmediata finalización de su contrato.

~~11.5.~~ **DIRECTRICES PARA LA AUTENTICACIÓN Y VALIDACIÓN DE DATOS**

5.1 Una de las funciones centrales para la inclusión en el Centro de Información de Marcas será la de validar que los datos cumplan con ciertos criterios mínimos. Para tal fin se sugieren los siguientes criterios mínimos de validación:

- ~~1-~~ **5.1.1** Una lista aceptable de fuentes de autenticación para los datos; es decir, los sitios web de oficinas de patentes y marcas en todo el mundo, los proveedores de terceros que puedan obtener información de diversas oficinas de marcas;
- ~~2-~~ **5.1.2** Nombre, dirección e información de contacto del solicitante que sea precisa, esté actualizada y coincida con la del titular registral de las marcas comerciales listadas;
- ~~3-~~ **5.1.3** Provisión de información de contacto electrónico que sea precisa;
- ~~4-~~ **5.1.4** Los números de registro y países que coincidan con la información de la base de datos de la oficina respectiva para ese número de registro;

5.2 Para la validación de marcas realizada por el Centro de Información de Marcas, sobre aquellas marcas que no hayan sido previamente validadas en la registración o protegidas a través de un tribunal de justicia, estatuto o tratado, el titular de la marca deberá brindar evidencia del uso continuo de la marca en relación con el ofrecimiento de buena fe para la venta de bienes o servicios, en forma previa a la solicitud de inclusión en el Centro de Información de Marcas. La evidencia aceptable de uso puede incluir: etiquetas, envases, publicidad, folletos o volantes y vistas de pantalla, así como evidencias que demuestren el uso continuado de la marca.

~~12.6.~~ **SERVICIOS OBLIGATORIOS DE PRELANZAMIENTO**

6.1 Todos los registros de nuevos Dominios Genéricos de Alto Nivel (gTLD) deberán utilizar el Centro de Información de Marcas para respaldar sus Mecanismos de Protección de Derechos (RPM), los cuales como mínimo deberán consistir en un Servicio de Período de Lanzamiento y Reclamo de Marcas. Estos servicios deberán cumplir con los requisitos mínimos especificados en el Informe del Equipo de Recomendación para la Implementación (IRT), que será incorporado por referencia en el presente documento (Véase <http://www.icann.org/en/topics/new-gtlds/irt-final-report-trademark-protection-29may09-en.pdf>). ~~(Véase <http://www.icann.org/en/topics/new-gtlds/irt-final-report-trademark-protection-29may09-en.pdf>).~~ No existe ningún requisito para que un registro adopte ambos de estos Mecanismos de Protección de Derechos (RPMs).

6.2 El Anuncio de Reclamo de marcas pretende brindar una notificación clara al Registrante sobre el alcance de los derechos del titular de marca, a fin de minimizar el efecto intimidatorio sobre los registrantes. Adjunto se encuentra un formulario que describe los elementos requeridos. Una declaración específica del Registrante en la cual declara que: (i) el Registrante reconoce haber sido notificado respecto a que la marca(s) solicitada ya está incluida en la base de datos del Centro de Información de Marcas; (ii) ~~el Registrante los Registrantes~~ han recibido y entendido el aviso de

Formatted: Font: Calibri, 11 pt, Bold

Formatted: Outline numbered + Level: 2 + Numbering Style: 1, 2, 3, ... + Start at: 7 + Alignment: Left + Aligned at: 0 pt + Tab after: 36 pt + Indent at: -36 pt

Formatted: Indent: Left: 17.45 pt, No bullets or numbering

notificación; (iii) que al buen entender del Registrante, la registración y uso del nombre de dominio solicitado no infringirá los derechos de marca que le son informados mediante la notificación.

6.3 El Anuncio de Reclamo de Marcas debe proporcionar al Registrante acceso a la información de la Base de Datos del Centro de Información de Marcas mencionada en el Anuncio de Reclamo de Marcas, a fin de mejorar el entendimiento de los derechos de marca que están siendo reclamados por el titular de la marca registrada. Estos enlaces (u otras fuentes) se proporcionarán en tiempo real y sin costo alguno para el Registrante. ~~Los detalles de implementación aún están por determinarse.~~ Preferiblemente, el Anuncio de Reclamo de marcas debe ser brindado en el idioma utilizado para el resto de la interacción con el registrador o el registro, pero se anticipa que al menos se realizará en el idioma más adecuado de los establecidos por las Naciones Unidas (según lo especificado por el registrante o el registro/ registrador) . Luego, si el nombre de dominio está registrado, el registrador (nuevamente a través de una interfaz con el Centro de Información de Marcas) notificará al titular(es) de la marca acerca de la registración. Esta notificación no deberá realizarse antes de efectuarse la registración, a fin de no proporcionar una oportunidad para que el titular de una marca intente bloquear indebidamente la registración de un nombre sobre el cual el registrante tenga derechos legítimos.

6.4 La Base de Datos del Centro de Información de Marcas estará estructurada para informar a los registros sobre nombres de dominio que se consideran "Coincidencias Idénticas" a una marca validada. Una "Coincidencia Idéntica" significa que el nombre de dominio consiste en el elemento de texto completo e idéntico al de la marca validada. En este sentido se considerarán: (a) los espacios contenidos dentro de una marca que se sustituyan por guiones (y viceversa) o sean omitidos; (b) sólo ciertos caracteres especiales contenidos dentro de una marca que se detallan con palabras apropiadas para describirlo (@ y &); (c) la puntuación o caracteres especiales contenidos en una marca que no se puedan utilizar en un dominio de segundo nivel, ya sea porque son (i) omitidos o (ii) reemplazados por espacios, guiones o subrayados y aún son considerados como una coincidencia idéntica; y (d) ningún plural y ninguna "marca contenida" calificará para su inclusión.

6.5 Las notificaciones deberán limitarse a las marcas que coincidan en forma idéntica, a fin de garantizar la integridad operativa, la limitación de una cantidad de notificaciones excesivamente amplia y que no exista un volumen incontrolable de trámites a ser procesados por el Centro de Información de Marcas.

~~13.7.~~ **PROTECCIÓN PARA LAS MARCAS EN EL CENTRO DE INFORMACIÓN DE MARCAS**

7.1 Los registros de Nuevos Dominios Genéricos de Alto Nivel (gTLD) deben ofrecer servicios de Período de Lanzamiento o Reclamo de Marcas para las marcas en el Centro de Información de Marcas. Tal como se describe a continuación, el alcance de las marcas registradas utilizadas por los Servicios de Reclamo es más amplio que el utilizado para los Períodos de Lanzamiento.

a) **7.1.1** Para los servicios de Reclamo de Marcas: los registros deben reconocer todas las marcas de ~~texto-palabra~~ que sean: (i) marcas registradas a nivel nacional o multinacional (independientemente de si el país de registración lleva a cabo una evaluación substantiva); (ii)

Formatted: Indent: Left: 36 pt, No bullets or numbering

validadas mediante tribunal de justicia; o (iii) específicamente protegidas por un estatuto o tratado vigente que haya entrado en vigor en o antes del día 26 de junio de 2008.

b) 7.1.2 Para los servicios del Período de Lanzamiento: los registros deben reconocer todas las marcas de palabra ~~texto~~: (i) que sean marcas registradas a nivel nacional o multinacional en una jurisdicción que realice ~~una evaluación substantiva~~ un examen sustantivo de las solicitudes de marca antes de realizar la registración; o (ii) que han sido validadas por un tribunal de justicia o por el Centro de Información de Marcas; o (iii) que están específicamente protegidas por un estatuto o tratado actualmente vigente y que haya entrado en vigor el o antes del día 26 de junio de 2008.

Formatted: Indent: Left: 36 pt, No bullets or numbering

7.2 En ciertos casos, los registros deben contar con el criterio de considerar protecciones para la inclusión de marcas adicionales que no satisfacen estos requisitos de elegibilidad.

7.3 Definición: Un examen sustantivo al momento del registro tiene básicamente tres requisitos: (i) un examen sobre bases absolutas – para asegurar que la marca por la que se hace la petición puede de hecho servir como marca registrada; (ii) examen sobre bases relativas – para determinar si marcas presentadas previamente imposibilitan el registro; y (iii) examen de uso – para asegurar que la marca está actualmente en uso.

El Centro de Información de Marcas o su agente elaborará y publicará una lista de los países que realizan revisiones de fondo (evaluaciones substantivas) al momento de realizar la registración de marcas.

7.4 Un examen sustantivo realizado por el proveedor de servicios de validación del Centro de Información de Marcas requerirá: (i) un examen sobre bases absolutas y (ii) un examen de uso.

7.5.9.1 Proceso de Registración en Período de Lanzamiento. En los casos en que el registro opta por proporcionar un servicio de registración en el período de lanzamiento, deberá como mínimo requisito cumplir con los Criterios de Elegibilidad para el Período de Lanzamiento (SERs), la verificación de los datos en la base de datos del Centro de Información de Marcas y que incorpore una Política de Resolución de Disputas en el Período de Lanzamiento (SDRP).

Formatted: Indent: Left: 0 pt

Formatted: Font: Not Bold

7.5.1 Los Criterios de Elegibilidad para el Período de Lanzamiento (SERs) incluyen: (i) propiedad de una marca (que satisfaga los criterios establecidos en la sección 2 anterior) emitida en o antes de la fecha efectiva del acuerdo de registro y solicitada en o antes de la publicación que la Corporación para la Asignación de Números y Nombres en Internet (ICANN) haga de la lista de solicitudes de nuevos Dominios Genéricos de Alto Nivel (gTLD) que coincida en forma idéntica (tal como se define en la sección 8 anterior) con el nombre de dominio solicitado; (ii) los requisitos de elegibilidad opcionales del registro son: clase internacional de bienes o servicios objeto de registro; (iii) la representación que toda la información proporcionada es verdadera y correcta, y (iv) los datos suficientes para documentar los derechos sobre la marca.

Formatted: LITA_L2, Justified, Line spacing: Multiple 1.15 li

Formatted: Indent: Left: 49.65 pt

7.5.2 La Política propuesta de Resolución de Disputas en el Período de Lanzamiento (SRDP) debe permitir los cuestionamientos al menos sobre la base de los siguientes cuatro motivos:

(i) al momento en que el nombre de dominio cuestionado fue registrado, el registrante no era dueño de un registro ~~de marca~~ de vigencia nacional; (ii) el nombre de dominio no es idéntico a la marca sobre la cual el registrante basó su registración durante el período de lanzamiento; (iii) el registro de la marca sobre la cual el registrante basó su registración durante el período de lanzamiento no tiene vigencia nacional; y (iv) la registración de la marca sobre la cual el registrante basó su registración durante el período de lanzamiento, no se emitió en o antes de la fecha efectiva del Acuerdo de Registro y no se solicitó durante o antes de que la Corporación para la Asignación de Números y Nombres en Internet (ICANN) hubiese anunciado las solicitudes recibidas.

7.5.3 El Centro de Información de Marcas mantendrá los Criterios de Elegibilidad para el Período de Lanzamiento (SERs), validará y autenticará las marcas registradas, según corresponda, y escuchará cuestionamientos.

14.8. **COSTOS DEL CENTRO DE INFORMACIÓN DE MARCAS**

Los costos deben ser completamente cubiertos por las partes que utilizan los servicios. No se debe esperar que el Centro de Información de Marcas pague ninguna tasa/tarifa a la Corporación para la Asignación de Números y Nombres en Internet (ICANN). ~~Para que el Centro de Información sea efectivo, los operadores de registro de los nuevos Dominios Genéricos de Alto Nivel (gTLD) necesitarán tener ciertas obligaciones para utilizar la información proporcionada por el Centro de Información. Parte del acuerdo de registro requerirá que el operador utilice la información proporcionada por el Centro de Información de Marcas.~~

NOTIFICACIÓN DE MARCA REGISTRADA

[En inglés y en el idioma del acuerdo de registración]

Usted ha recibido esta Notificación/Aviso de Marca Registrada es porque ha solicitado un nombre de dominio que coincide con al menos un registro de marcas presentadas en el Centro de Información de Marcas.

Usted puede o no tener derecho a registrar el nombre de dominio en función de su uso previsto y si es el mismo o coincide significativamente con las marcas que figuran a continuación. ***Sus derechos para registrar este nombre de dominio pueden o no estar protegidos como un uso no comercial o "uso justo" por las leyes de su país. [en negrita y cursiva o todo en mayúsculas]***

Por favor, lea cuidadosamente la información de marcas a continuación, incluyendo las marcas registradas, jurisdicciones y bienes y servicio para los cuales las marcas han sido registradas. Por favor tenga en cuenta que no todas las jurisdicciones examinan exhaustivamente las marcas registradas, por lo cual alguna información de marcas que se presenta a continuación puede existir en un registro nacional o regional que no lleve a cabo una revisión a fondo o evaluación substantiva de los derechos de marca antes de la registración. ***Si usted tiene preguntas, puede que desee consultar a un abogado o experto legal sobre marcas y la propiedad intelectual para recibir orientación.***

En caso de continuar con esta registración, usted declara que ha recibido y entendido esta notificación/aviso y que, en la medida de sus conocimientos, su registración y uso del nombre de dominio solicitado no infringe los derechos de las marcas que se enumeran a continuación. Las siguientes [número] marcas están listadas en el Centro de Información de Marcas:

1. Marca: Jurisdicción: Bienes: [si supera la cantidad máxima de caracteres, por favor presione aquí] Clase Internacional de Productos y Servicios o Equivalente, si correspondiese: Registrante de la Marca: Contacto del Registrador de la Marca:

[con enlaces a las registraciones de marcas registradas listadas en el Centro de Información de Marcas]

2. Marca: Jurisdicción: Bienes: [si supera la cantidad máxima de caracteres, por favor presione aquí] Clase Internacional de Productos y Servicios o Equivalente, si correspondiese: Registrante de la Marca:

Contacto del Registrador de la Marca:

*****[con enlaces a las registraciones de marcas registradas listadas en el Centro de Información de Marcas]

X. Marca: Jurisdicción: Bienes: [si supera la cantidad máxima de caracteres, por favor presione aquí] Clase Internacional de Productos y Servicios o Equivalente, si correspondiese: Registrante de la Marca: Contacto del Registrador de la Marca: